



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Logistiikka	Päivämäärä	4.12.2006
Tekijä	Varpu Uotila	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	124
Otsikko	Rautakaupan tilanhallinta ja asiakasliikenne		
Ohjaajat	KTT Lauri Ojala, KTM Pia Jämsä ja DI Patrik Skogster		

Tiivistelmä

Tämän kvantitatiivisen kenttätutkimuksen tarkoituksena on tarkastella asiakkaiden kulkureittejä rautakaupassa ja analysoida niitä paikkatiedon avulla. Tutkimuksessa pyrittiin löytämään vastaus myös kahteen osaongelmaan: millä tavoin asiakkaiden kulkureittejä voidaan seurata myymälässä ja mitkä näiden menetelmien erot ovat, sekä missä asiakkaat liikkuvat myymälässä.

Tutkimuksen teoreettisessa viitekehyksessä tarkastellaan ensin kuluttajan myymälän sisäistä ostokäyttäytymistä ja tämän jälkeen tuoteryhmäjohtamista sekä tilanhallintaa. Myymälän asiakasliikennettä koskevaa lähdeaineistoa oli löydettävissä hyvin vähän, ja vähittäiskaupan alan tutkimus on selkeästi painottunut päivittäistavarakauppaan. Tämän vuoksi pyrittiin löytämään mahdollisimman monipuolista lähdeaineistoa ja teoriaosuutta varten käytiinkin läpi myös kaupan alan lehtien artikkeleita sekä yritysten kotisivuja ja erilaisia tiedotteita.

Tutkimuksen empiirinen aineisto on kerätty paikantamalla kahden viikon ajan rautakauppamyymälän asiakkaiden kulkureitit langattoman lähiverkon ja asiakkaiden mukanaan kantamien tunnistimien avulla. Tutkimuksen metodologiaosuudessa on vertailtu muiden asiakkaiden kulkureittien seurannan mahdollistavien keräysmenetelmien ominaisuuksia sekä perehdytty paikkatietojärjestelmiin. Koska tätä aihetta on tutkittu aikaisemmin vähän ja tutkimus on lähestymistavaltaan eksploraatiivinen, pyrittiin myös tutkimusprosessi kuvailemaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti.

Paikannetut yli 800 reittiä on analysoitu taulukkolaskenta- ja tilasto-ohjelmilla sekä paikkatietojärjestelmillä. Käsiteltävä aineisto oli varsin suuri, sillä joidenkin keräyspäivien aikana tunnistimet paikannettiin yhteensä yli 100 000 kertaa. Asiakasliikennettä tutkittiin piste- ja ruutumallien avulla. Yhdessä näitä kahta mallia käyttämällä pystyttiin tutkimaan suuri havaintomäärä sisältävä aineisto myymälän asiakasliikenteestä ja selvittämään eniten asiakaspaikannuksia keräävät osastot ja alueet myymälässä. Asiakasliikennettä tarkasteltiin kokonaisuutena ja tämän lisäksi eroja etsittiin niin eri ajankohtien kuin sukupuolien välillä sekä erikokoisten ostoseurueiden käyttäytymisen välillä. Tutkimuksessa selvitettiin myös kohdemyymälän parhaat myyntipaikat, jotka osoittautuivat sijaitsevan hieman eri paikoissa kuin aikaisempien tutkimusten perusteella voitiin olettaa.

Asiasanat	vähittäiskauppa, tuoteryhmäjohtaminen, ostokäyttäytyminen ja paikkatietojärjestelmät
Muita tietoja	